

Dampak Penggunaan *Email* dan *Instant Messenger* terhadap Komunikasi Organisasi

Isabella Astrid Siahaya¹⁸

Abstract

This article aims to know the impact of communication technology in organizational communication. As we know organizational communication has limitations because of distortions, one of which is caused by physical distance. However, with the development of technology, physical distance can be overcome by sending the work instruction, discussion, and decision-making through email or instant messengers like WhatsApp, Blackberry Messenger that can be accessed by simply using the phone. The advantage of instant messaging services is that it can be used by anyone, anywhere and anytime without the need to meet at the office. Technology changes offices into virtual ones. Distortion due to the dissolution of the message on one level in the organizational structure can be minimized because employees who are members within the group instant messenger can read messages simultaneously. Additionally nonverbal message during face to face communication can be replaced with emoticons. But the downside is the time to work is often used for informal messaging not relevant with work and the employee ultimately can be drowned in a flood of data, including ones not needed to complete the job.

Keywords : communication technology, data glut, drowning in data, data smog, data starvation, instant messenger, media richness model, virtual office

Interact, Vol. 3, No. 1, Mei 2014,
Hal. 55-64, Prodi Komunikasi,
Unika Atma Jaya Jakarta.

¹⁸ Penulis adalah dosen pada Program Studi Komunikasi Unika. Atma Jaya, Jakarta dan dapat dihubungi di isabela.siahaya@atmajaya.ac.id / aci.siahaya@gmail.com

1. Pendahuluan

Enam tahun yang lalu, jarak geografis, masih dapat menjadi sumber masalah dalam komunikasi organisasi. Untuk organisasi/perusahaan yang kantor cabangnya tersebar di berbagai kota, informasi hanya dapat dikirimkan dengan cepat melalui telpon, fax, sms dan email. Telepon memang cepat namun tidak tertulis sehingga besar kemungkinan terjadi kesalahan. Fax tertulis namun membutuhkan waktu untuk mengakses terutama bagi karyawan yang lebih sering bekerja di luar kantor. SMS juga tertulis tetapi memiliki keterbatasan karakter. Sedangkan pesan yang disampaikan melalui email memang dapat lebih lengkap informasinya, hanya saja pada saat ini email belum dapat diakses melalui telpon genggam seperti saat ini. Karyawan yang berada di Palembang, misalnya, bisa terlambat melaksanakan instruksi dari pimpinan yang berada di Jakarta karena informasinya dikirimkan melalui email dan terlambat dibaca.

Namun perkembangan teknologi mengikis hambatan seperti contoh di atas. Perusahaan seperti Unilever Indonesia, bahkan memberlakukan kebijakan *flexy hour* dan *work from home* (Rahayu, 2011). Ini berarti dengan adanya teknologi komunikasi, maka pekerjaan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun.

Makalah ini bermaksud membahas mengenai penggunaan teknologi komunikasi, khususnya *email* dan *instant messenger* terhadap komunikasi internal perusahaan. Termasuk membahas mengenai konsep-konsep dan dampak dari penggunaan teknologi komunikasi.

2. Kerangka Teori

A. Hambatan dalam Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi jelas tidak selamanya berlangsung lancar. Banyak hambatan komunikasi yang kemudian menimbulkan masalah dan berdampak kepada tugas-tugas, pengambilan keputusan bahkan berdampak terhadap hubungan dengan karyawan. Menurut Robbins (2002) hambatan dalam komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

1. Penyaringan (*filtering*)

Hambatan ini merupakan komunikasi yang dimanipulatifkan oleh si pengirim sehingga nampak lebih bersifat menyenangkan si penerima. Banyak manajer melaporkan keadaan yang tidak sebenarnya atau menutup-nutupi kebenaran hanya karena ingin atasannya

menjadi senang. Di dalam praktek, hal ini sering disebut sebagai komunikasi yang bersifat ABS (Asal Bapak Senang). Komunikasi semacam ini dapat berakibat buruk bagi organisasi, karena jika informasinya dijadikan dasar pengambilan keputusan, maka keputusan yang kelak akan dihasilkan berkualitas rendah.

2. Persepsi selektif

Hambatan ini merupakan keadaan dimana penerima pesan di dalam proses komunikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan, motivasi, latar belakang pengalaman, dan ciri-ciri pribadi lainnya. Jadi, boleh jadi tidak sama dengan apa yang dilihat dan didengar oleh orang lain.

3. Perasaan

Hambatan ini merupakan bagaimana perasaan penerima pada saat dia menerima pesan komunikasi akan mempengaruhi cara dia menginterpretasikan pesan. Pesan yang sama yang diterima oleh seseorang di saat sedang marah akan berbeda penafsirannya jika ia menerima pesan itu dalam keadaan normal.

4. Bahasa

Kata-kata memiliki makna yang berbeda antara seseorang dengan orang lain. Kadang-kadang, arti dari sebuah kata tidak berada pada kata itu sendiri tetapi pada kita. Umur pendidikan, lingkungan kerja dan budaya adalah hal-hal yang secara nyata dapat mempengaruhi bahasa yang dipakai oleh seseorang atau definisi yang dilekatkan pada suatu kata.

Merujuk pada keempat hambatan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hambatan komunikasi dalam organisasi terbagi menjadi hambatan personal dan hambatan secara struktural. Hambatan personal terjadi karena ada kepentingan pribadi dan atau karena keterbatasan pengetahuan seorang karyawan. Sementara hambatan secara struktural bisa terjadi karena tingkat (*level*) dan peran yang berbeda dalam struktur organisasi.

Selain itu Gibson & Hodgets (1991: 265-278) juga menuliskan hambatan yang terjadi dalam komunikasi organisasi sesuai struktur organisasi. Hambatan dibagi menjadi dua yaitu yang disengaja (*deliberate*) dan yang tidak disengaja (*unintentional*) yang dapat muncul dalam komunikasi ke atas, ke bawah, horizontal dan diagonal. Berikut penjelasan hambatan tersebut:

1. Komunikasi ke atas

a. Hambatan yang disengaja terjadi karena:

- i. Semua orang ingin dilihat baik oleh orang lain karena itu mereka memutarbalikkan kebenaran agar tetap aman.
- ii. Hanya menyampaikan informasi yang akan membuat pimpinan senang dan sengaja mengabaikan kabar buruk.
- iii. Memotong *level* yang terdapat dalam hirarki. Karyawan melakukan hal ini karena mereka menilai pimpinan yang berada langsung di atasnya kurang simpatik, tidak memiliki kekuatan atau justru merupakan penyebab utama dari masalah yang dihadapi. Melompati *level* dalam rantai komando, untuk alasan apapun, biasanya akan mengakibatkan kesalahpahaman, distorsi dan kesenjangan komunikasi.

b. Hambatan yang tidak disengaja terjadi karena:

- i. Kepercayaan karyawan terhadap *supervisornya*. Jika karyawan merasa bahwa mereka dapat mempercayai *supervisornya*, tanpa takut akan terjadi balas dendam atau menjadi bahan gosip, maka komunikasi ke atas akan lebih mungkin terjadi.
- ii. Aspirasi karyawan juga memainkan peran dalam mendukung komunikasi supervisor seringkali gagal dalam menilai aspirasi yang berbeda dari karyawannya. Ada karyawan yang sangat *career oriented* tetapi ada juga yang sebaliknya. Reaksi yang berbeda akan terjadi pada kedua karyawan tersebut saat akan menyampaikan kabar buruk kepada pimpinannya. Karyawan yang berorientasi pada karir akan berupaya menghindari menyampaikan kabar buruk atau

berupaya mencari alasan mengapa masalah tersebut terjadi agar kesalahan tidak ditimpakan kepadanya. Jelas ini menimbulkan distorsi. Sementara karyawan yang tidak berorientasi pada karir akan menyampaikan apa yang sebenarnya terjadi.

- iii. Hampir sama dengan faktor kepercayaan dan aspirasi adalah rasa aman yang dimiliki oleh karyawan. Semakin karyawan memiliki rasa aman, maka karyawan tersebut cenderung lebih terbuka dan jujur.
- iv. Keterbatasan fisik dalam struktur organisasi dapat menghambat dan mendistorsi komunikasi ke atas. Mayoritas komunikasi organisasi dilakukan antara mereka yang jarak kantor/ruangan berdekatan.

2. Komunikasi ke bawah

- a. **Hambatan yang disengaja** terjadi karena manajer yang menolak menyampaikan *feedback* dan tidak nyaman untuk menyampaikan kabar buruk

- b. **Hambatan yang tidak disengaja** dapat terjadi karena terdapat *managerial anxiety* dan *multiple transmissions*. *Managerial anxiety* menyebabkan konflik internal dan dapat menghasilkan distorsi informasi. *Anxiety* dapat terjadi karena *status anxiety* dan/atau *competition anxiety*. *Status anxiety* merupakan konflik yang timbul karena harus menjadi pimpinan dan keinginan untuk disukai oleh karyawan dan rekan kerja. Mana yang lebih penting bagi manajer dapat mempengaruhi komunikasinya. *Competition anxiety* merupakan konflik yang terjadi karena sifat kompetitif dalam pekerjaan manajerial. Manajerial adalah dunia politik, dan realita politik dari pekerjaan tersebut dapat menjelaskan terjadinya distorsi dalam komunikasi. Distorsi yang diakibatkan oleh *multiple*

transmission, merupakan masalah yang sering terjadi. Setiap kali pesan diulang, maka pesan tersebut dapat tersesat semakin jauh dari pesan aslinya.

3. Komunikasi Horizontal

- a. **Hambatan yang disengaja** kebanyakan terjadi karena gossip dan rumor dan dari sifat pekerjaan itu sendiri.
- b. **Hambatan yang tidak disengaja** terjadi karena *overuse* komunikasi horizontal dapat merugikan komunikasi ke atas dan ke bawah. Komunikasi horizontal memotong komunikasi vertikal dan merusak komunikasi ke atas dan ke bawah.

4. Komunikasi Diagonal

- a. **Hambatan yang disengaja** terjadi karena dalam komunikasi diagonal selalu memotong *level* yang

seringkali mendapatkan sanksi dari *direct supervisor*;

- b. **Hambatan yang tidak disengaja** yang diakibatkan oleh *skipping level* komunikasi formal dalam hirarki dapat menyebabkan kesenjangan komunikasi. Informasi dibagikan antar departemen tetapi tidak dibagikan dalam departemen. Sementara pihak yang berada diluar departemen selalu berasumsi bahwa semua orang yang berada dalam departemen tersebut telah terinformasikan.

Melalui penjelasan hambatan komunikasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hambatan komunikasi dapat terjadi karena penyaringan informasi, persepsi individu, sengaja melewati *level* dalam hirarki, rumor/gossip, keterbatasan fisik, atau justru karena transmisi yang terjadi berulang kali. Tabel berikut dibawah ini adalah penjelasan singkat mengenai distorsi yang dapat menghambat komunikasi organisasi menurut Gibson & Hodgets (1991):

Tabel 1
Jenis-Jenis Distorsi dalam Komunikasi Organisasi

<i>Level</i>	<i>Deliberate Distortion</i>	<i>Unintentional distortion</i>
Upward communication	Desire to look good Avoiding responsibility for failure Reluctance to give boss bad news Bypassing levels	Subordinate's trust in superior Subordinate's aspiration needs Insecurity of employees Physical distance Formal organization structure
Downward communication	Inadequate feedback Uncomfortable with bad news	Managerial anxiety Multiple transmissions
Horizontal communication	Gossip and rumors Work specialization	Used as a substitute for downward and upward communication Overproliferation of horizontal Communication
Diagonal communication	Bypassing level	Communication gaps
All Levels	Information ownership	Uncertainty absorption

Sumber: (Gibson & Hodgets, 1991: 269)

Distorsi yang dijelaskan pada Tabel 1 menyebabkan informasi yang disampaikan menjadi tidak jelas maknanya. Goldhaber dalam buku *Organizational Communication* (1993) menyatakan bahwa pesan yang tidak lengkap ibarat melihat wujud manusia yang mata, hidung dan mulutnya tidak terlihat dengan jelas. Kita mengetahui yang kita hadapi adalah manusia tetapi sulit untuk mengenalinya. Demikian juga dengan pesan yang telah mengalami distorsi: pesan rusak sehingga penerima tidak dapat mengenali/memaknai sebagaimana mestinya.

B. Teknologi dalam Komunikasi Organisasi

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi maka media komunikasi yang digunakan oleh organisasi pun berkembang dari tradisional media menjadi media berbasis teknologi. Tradisional media seperti surat, memo, dan telpon tetap masih digunakan hingga saat ini namun teknologi komunikasi seperti *instant messaging* berkembang pesat dan menjadi media komunikasi yang digunakan oleh organisasi. Berikut dibawah ini beberapa contoh teknologi yang digunakan sebagai media komunikasi dalam organisasi.

Contoh teknologi yang terdapat di tabel 2 merupakan media komunikasi yang saat ini umum

digunakan disetiap organisasi. Perusahaan besar yang memiliki cabang dibeberapa wilayah mengadakan *meeting* melalui *audio and video conferencing* karena lebih efektif dibandingkan harus mengunjungi setiap cabang untuk mengadakan *meeting*. Namun untuk melakukan *video conference* masih diperlukan persiapan khusus karena jenis komunikasinya adalah formal.

Electronic mail (email) dan *Instant messenger* dalam bentuk *Blackberry Messenger (BBM)* dan *WhatsApp (WA)* juga menjadi media komunikasi antar anggota organisasi yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun melalui telpon genggam. Perkembangan teknologi menjadikan komunikasi organisasi semakin mudah karena batasan waktu dan jarak semakin minim.

Perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan *nonverbal* dapat diwakilkan, salah satunya melalui *emoticons*. Menurut Krohn (2004) *emoticon* yang merupakan kependekan dari *emotion* dan *icon*, pertama kali digunakan pada tahun 1982 oleh Scott E. Fahlman seorang ilmuwan computer. *Emoticon* yang awalnya hanya ☺ saat ini sudah berkembang menjadi berbagai macam termasuk yang bisa bergerak, tertawa terbahak-bahak sambil berguling.

Tabel 2
Berbagai Contoh Teknologi Komunikasi Organisasi
(Examples of Organizational Communication Technology)

Teknologi	Deskripsi
<i>Electronic mail</i>	<i>User creates a written documents at a computer and sends the document via computer to other user(s)</i>
<i>Instant messaging (IM)</i>	<i>allows immediate communication with others online via keyboard</i>
<i>Voice mail</i>	<i>Messages are left and retrieved via voices synthesis technology on telephone.</i>
<i>Facsimile (fax)</i>	<i>Document images are transmitted to another location by telephone and communication technology</i>
<i>Audio and video conferencing</i>	<i>Allows participation in group meeting by participants at many locations. The conference can involve voice, image, and graphic material.</i>
<i>computer conferencing</i>	<i>Allows synchronous or asynchronous participation in a conference on a specified topic. Typically includes the ability to poll participants and to maintain a transcript of proceedings.</i>
<i>Management information system</i>	<i>Computer system that stores and integrates information from throughout the organization for retrieval and use in decision making</i>
<i>Group decision support system (GDSS)</i>	<i>Computer and communication technologies configured to maintain data sources, enhance information capacity, and provide decision-making structures for individuals and groups.</i>
<i>Internet and World Wide Web (WWW)</i>	<i>the internet is a complex system of telecommunication linkages among major computer facilities worldwide</i>
<i>Wireless networks</i>	<i>Cellular telephones are the most familiar form of wireless communication. Computers and handheld computing devices (e.g., personal digital assistants) can also be connected in wireless networks for a variety of business applications</i>

Sumber : Miller, K (2009: 239)

Jika *email* dan *instant messenger*: WA dan *BBM* telah digunakan sebagai media komunikasi organisasi, maka pertanyaan yang timbul adalah apakah hambatan komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Robbins ataupun Gibson and Hodgets masih relevan saat ini?

3. Pembahasan

3.1 Komunikasi Organisasi tanpa Batas

Perkembangan teknologi pada akhirnya memungkinkan seorang karyawan untuk mengakses informasi dari siapapun, dimanapun dan kapanpun. Di mobil dalam perjalanan ke dan pulang kantor, di bus, sambil makan, bisa dilakukan sambil memberi instruksi kerja kepada bawahan, melaporkan perkembangan kerja kepada atasan dan rekan kerja. Semua dapat dilakukan setiap saat melalui *email*, WA ataupun *BBM* dengan hanya menggunakan *handphone*. Untuk semakin memudahkan, maka koordinasi biasanya dilakukan melalui *group* WA, *BBM* dan *email*. *Group* tersebut memungkinkan informasi yang dikirimkan serentak diterima dan dibaca oleh setiap anggota. Jika informasi dapat diakses serentak oleh setiap anggota grup, maka apakah masih mungkin menyaring pesan agar pimpinan tidak mengetahui kesalahan/kegagalan? Sulit karena anggota *group* mengetahui apa yang sebenarnya terjadi di lapangan.

3.1.1 Efek positif

WA, *BBM* dan *email group* memberi dampak positif terhadap komunikasi organisasi. Hambatan-hambatan komunikasi organisasi dapat diminimalisir bahkan diabaikan melalui teknologi baru tersebut. Berikut beberapa efek positif dari penggunaan teknologi terutama WA, *BBM* dan *email* untuk mengirimkan informasi mengenai pekerjaan.

- a. Informasi akan dikirim dan diterima dengan lebih cepat, bahkan saat itu juga. Tidak membutuhkan waktu berjam-jam bahkan berhari-hari. Semakin cepat menerima informasi akan semakin cepat juga *feedback* yang diberikan kepada pengirim.
- b. Tidak ada batasan fisik bahkan geografis karena komunikasi dapat dilakukan walaupun terpisah tempat. Dibelahan dunia manapun seorang karyawan

berada, Ia dapat menerima dan mengirim pesan.

- c. Tidak hanya sekedar memberi instruksi kerja atau mengirimkan laporan, *meeting* pun dapat dilakukan melalui WA, *BBM* dan/atau *email group*. Pimpinan dan karyawannya dapat bertukar pendapat dan mengambil keputusan hanya melalui WA grup.
- d. Meminimalisir *bypass* atau melewati satu *level* dalam hirarki dalam penyampaian pesan karena pimpinan dan karyawan pada *level* apapun dapat langsung mengetahui informasi.
- e. Meminimalisir penyaringan. Pimpinan dan karyawan akan mempertimbangkan untuk membelokkan kebenaran jika informasinya melalui WA, *BBM* atau *email group* karena semua orang mengetahui kesalahan yang dilakukan. Dengan demikian, kabar buruk mengenai kesalahan atau kegagalan tetap harus disampaikan.
- f. Teguran dan evaluasi untuk perbaikan semua dikomunikasikan melalui WA *group*, *BBM group* atau *email group*. Biasanya dengan tujuan agar anggota lain dapat belajar dari kesalahan tersebut.
- g. Mencegah karyawan melakukan penundaan dalam melaksanakan tugas. Instruksi yang dikirimkan melalui *email* dan di *carbon copy* ke pimpinan, atau melalui WA grup, *BBM group* agar pimpinan mengetahui bahwa instruksi telah disampaikan kepada karyawan. Sulit untuk berkecil hati bahwa belum informasi belum disampaikan karena ada bukti tertulis.
- h. Penggunaan teknologi komunikasi berdampak pada efektivitas waktu dan uang.

Pada akhirnya, karena semua pesan disampaikan secara serentak melalui grup, maka tidak ada lagi alasan mengenai pesan yang tidak sampai ke atas ataupun ke bawah. Tidak ada lagi edit pesan di satu *level* tertentu. Tidak ada lagi alasan mengenai jarak dan waktu. Kemungkinan terputusnya komunikasi dapat diminimalisir

dengan melalui penggunaan WA grup, BBM grup ataupun email.

Goldhaber (1993: 6) mengemukakan bahwa teknologi memang mampu membuat pesan dikirim dan diterima dengan lebih cepat tetapi teknologi membatasi pertemuan tatap muka sehingga membatasi komponen nonverbal yang dapat diekspresikan dalam komunikasi tatap muka. Sekali lagi, dengan perkembangan teknologi, keterbatasan ini dapat diatasi.

Kelebihan lain dari *instant messenger* WA adalah dapat mengirimkan video. Sehingga jika pesan tertulis tidak jelas, pesan kemudian dapat

disampaikan secara lebih detail melalui video. Bentuk komunikasinya lengkap yaitu lisan dan tulisan. Raut wajah pengirim pesan dapat terlihat dan intonasi suara juga dapat terdengar jelas atau dengan kita dapat mengetahui emosi pengirim.

Selain itu, jika tidak menggunakan video maka untuk memperlihatkan emosi dapat menggunakan simbol-simbol tertentu atau yang disebut dengan *emoticons*. Ekspresi manusia yang senang, tertawa, tersenyum, sedih, kecewa, cemas dapat diwakili oleh *emoticons*. Emoticons merupakan komunikasi nonverbal, seperti di bawah ini.

Gambar 1. *Emoticons*



Sumber: Rao (2014)

Tidak hanya instruksi kerja atau laporan pekerjaan tetapi pengambilan keputusan pun dapat dilakukan melalui *email group*, *WA group* atau *BBM group*, tanpa pertemuan tatap muka. Diskusi dan perdebatan untuk pengambilan keputusan dapat dilakukan di *group* tersebut dan semua tertulis, dibaca oleh banyak orang sehingga, sekali lagi, sulit untuk mengingkari keputusan yang telah disepakati. Pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cepat dan efektif karena tidak perlu tertunda saat terjebak macet dalam perjalanan ke kantor. Kantor secara fisik tetap ada tetapi rapat, diskusi, pengambilan keputusan, instruksi kerja dan laporan kerja dapat dilakukan tanpa bertemu di kantor dalam satu atap. Pada akhirnya, secara perlahan-lahan, semua menjadi *virtual office*.

Selain WA, BBM ataupun email, saat ini organisasi pun menggunakan *social media* yaitu *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path* serta *Link* untuk melakukan komunikasi. Memang bukan mengenai instruksi kerja, laporan kerja atau evaluasi kerja tetapi karyawan yang juga sering *update status* atau berkicau mengenai *event* yang tengah berlangsung dan *upload* dokumentasi *event*. Komentar dari teman atau like dari teman akan semakin menyebarkan informasi tersebut. Bahkan biasanya event baru diketahui oleh karyawan lain melalui *social media*.

Kembali pada WA, BBM dan *email group*, ketiganya tidak hanya berlaku untuk komunikasi formal tetapi juga untuk komunikasi informal seperti gosip di kantor. Begitu juga digunakan untuk obrolan santai seputar politik, olahraga dan artis sebagai *intermeso* untuk sejenak menghilangkan penat saat bekerja. Pertanyaan selanjutnya adalah berapa banyak waktu yang digunakan oleh karyawan di jam kerja untuk bergosip melalui WA, BBM atau email group? Berapa banyak waktu yang digunakan oleh karyawan pada jam kerja untuk melakukan membaca gosip artis atau melakukan *online shopping*? Berapa banyak waktu yang digunakan oleh karyawan pada jam kerja untuk berkicau di twitter, update status di fb dan upload foto di instagram yang semuanya dilakukan pada jam kerja, bahkan mungkin pada saat meeting atau sedang mengikuti pelatihan atau *workshop*?

3.1.2 Efek negatif

Uraian di atas menjelaskan bahwa teknologi komunikasi memungkinkan pekerjaan diselesaikan dengan lebih cepat, mudah dan mengikis hambatan komunikasi antara atasan, bawahan dan *horizontal*. Namun bukan berarti tidak ada efek negatifnya karena *multiple transmission* sebenarnya semakin meningkat.

Pengiriman informasi mengenai pekerjaan terjadi berulang karena semua media digunakan baik yang tradisional, apalagi melalui media baru.

Sebagai contoh untuk rapat rutin yang dilakukan setiap awal bulan, undangan biasanya dikirim melalui undangan *hardcopy* kemudian melalui *email*. Sehari sebelum pelaksanaan rapat karyawan akan diingatkan kembali melalui email grup, WA group dan/atau BBM grup. Pada hari h, karyawan kembali diingatkan secara lisan dan sekali lagi melalui grup *instant mesanger*.

Contoh di atas hanya untuk satu rapat yang diinformasikan melalui tradisional media yaitu surat *hardcopy*, dan diingatkan berulang kali melalui email, WA dan BBM. Dalam satu bulan ada berapa kali rapat? Sehingga dalam setahun ada berapa banyak informasi mengenai rapat rutin yang dikirim berulang kali?

Selain rapat rutin, biasanya karyawan juga akan ditugaskan mengikuti pelatihan/*workshop*. Undangan pelatihan dan surat penugasan dikirimkan melalui surat *hardcopy* dan akan *reminder* melalui email, WA dan/atau BBM. Bahkan untuk reminder workshop biasanya digunakan juga *social media*. Selain itu reminder juga dilakukan secara lisan. Pertanyaannya adalah berapa banyak *workshop* yang diikuti setiap bulan dan tahun? Berapa banyak informasi mengenai workshop yang dikirim berulang kali?

Contoh lain adalah untuk tugas memberikan evaluasi terhadap kinerja karyawan yang buruk. Seorang pimpinan memberikan evaluasi tertulis berupa surat yang dikirimkan melalui email dan menuliskan sebagai acuan untuk memperbaiki kinerja. Setelah itu reminder kepada karyawan melalui WA group bahwa evaluasi telah dikirim. Sama sekali melakukan pertemuan tatap muka untuk mendiskusikan mengapa kinerja karyawan dinilai buruk. Pertanyaannya adalah apakah

karyawan memahami kesalahannya? Apakah untuk tugas menyampaikan evaluasi ini tepat menggunakan email dan WA sebagai media hanya dengan pertimbangan mempersingkat waktu dibandingkan jika dilakukan dengan tatap muka? Atau pertimbangan lain menggunakan email adalah agar tidak bertemu langsung dengan karyawan?

Setidaknya Miller (2009: 242) menyatakan bahwa pemilihan media untuk melakukan komunikasi didalam organisasi harus dapat dipertimbangkan dengan baik. Daft dan Langel dalam Miller (2009: 243) mengemukakan teori *Media Richness Model*. Teori ini menggunakan empat kriteria untuk membedakan kapasitas media pembawa pesan, yaitu: (1) kemungkinan terjadinya *feedback* secara instant, (2) penggunaan berbagai isyarat, (3) penggunaan bahasa natural, (4) perhatian seseorang pada medium tersebut. Saluran komunikasi yang memiliki seluruh atau sebagian dari kriteria tersebut dikategorikan sebagai *rich media*. Jika hanya memiliki satu atau bahkan samasekali tidak punya kriteria tersebut dikategorikan sebagai *lean media*. Selain itu Daft dan Langel membagi tugas/pekerjaan karyawan menjadi *unambiguous task* dan *ambiguous task*. Untuk tugas yang tidak ambigu, atau dengan kata lain tugas rutin seperti menghadiri rapat, maka cukup menggunakan *lean media*, seperti memo. Tetapi untuk tugas yang dapat berpotensi menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda, kesalahpahaman, dan konflik sebaiknya menggunakan *rich media*, seperti pertemuan tatap muka.

Keputusan mengenai media mana yang tepat digunakan untuk tugas tertentu akan meminimalisir terjadinya distorsi pesan. Berikut adalah tabel penjelasan untuk pemilihan media yang tepat dalam komunikasi organisasi:

Tabel 3
Prediksi Pemilihan Media yang Efektif
(Effective Media Selection Predictions)

	<i>Unambiguous task</i>	<i>Ambiguous task</i>
<i>Rich media</i>	Communication failure Data glut. Rich media used for routine tasks. Excess cues cause confusion and surplus meaning	Effective communication Communication success because rich media match ambiguous tasks
<i>Lean media</i>	Effective communication Communication success because media low in richness match routine messages	Communication failure Data starvation. Lean media used for ambiguous messages. Too few cues to capture message complexity

Sumber: Daft and Langel dalam Miller (2009: 243)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa untuk pertemuan rutin bulanan sebaiknya hanya menggunakan *lean media* seperti memo agar efektif. Namun jika masih dikirimkan melalui email grup, WA grup dan BBM grup dan secara lisan, maka menurut Miller (2009: 243) akan terjadi *data glut* atau data berlimpah sehingga *communication failure* akibat begitu banyaknya data informasi yang diterima.

Sebaliknya ada tugas yang memiliki makna ambigu tinggi seperti contoh sebelumnya yaitu jika seorang supervisor harus menginformasikan hasil evaluasi kerja (apalagi yang buruk). Untuk tugas seperti ini maka atasan harus menggunakan *rich media* yaitu dilakukan tatap muka agar *feedback* dapat langsung disampaikan. Selain itu komunikasi nonverbal pun terlihat jelas. Komunikasi tatap muka akan mencegah terjadinya kesalahpahaman karena distorsi pesan. Maka jika menggunakan *lean media* hanya dengan pertimbangan cepat dan tidak ingin menyampaikan langsung kepada karyawan hal ini justru akan mengakibatkan *data starvation*. Karyawan akan bingung karena kekurangan data dan akhirnya *communication fail* (Miller, 2009).

Penjelasan di atas adalah kegagalan komunikasi organisasi karena menggunakan teknologi sebagai media komunikasi namun tidak sesuai dengan tugas yang dijalankan. Tetapi efek negatif juga bisa terjadi salah memanfaatkan teknologi. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya kemudahan yang disediakan teknologi komunikasi membuat karyawan seringkali melakukan *intermeso* secara berlebihan pada jam kerja. Catatan pentingnya adalah pimpinan harus mengetahui berapa banyak waktu yang dihabiskan oleh seorang karyawan pada jam kerja untuk melakukan *intermeso* melalui WA, BBM, email atau *social media*? Karyawan belanja *online* pada jam kerja, mencari ticket dan hotel promo untuk berlibur juga dilakukan pada jam kerja. Jika waktu yang digunakan untuk *intermeso* dikalikan dengan seluruh karyawan dalam kurun waktu tertentu maka akan terlihat total waktu yang terbuang bukan untuk bekerja.

Khusus mengenai *social media*, jika karyawan menggunakannya sebagai media untuk melampiaskan emosi terkait masalah di kantor. Hal ini memberi efek negatif karena secara tidak langsung karyawan tersebut sedang membeberkan keburukan internal perusahaan. Karyawan yang marah dan kecewa pada pimpinan, rekan atau bawahan dan menuliskan statusnya di *Facebook* dan berkicau di *Twitter* sehingga temannya

bahkan warga *social media* mengetahui sisi negatif perusahaan. Selain itu berapa banyak waktu dalam satu bulan atau bahkan satu tahun yang dihabiskan oleh seorang karyawan untuk menuliskan kekesalannya kepada perusahaan, pimpinan, rekan kerja? Berapa banyak waktu yang dihabiskan pada jam kerja untuk membalas komentar atau mengucapkan terima kasih kepada teman yang *like*?

Efek negatifnya bukan hanya pada waktu yang terbuang atau karyawan akan terkena “polusi data” yang merusak tujuan utama mereka untuk bekerja. Lebih lanjut, Tanaka (Miller, 2009: 249) menjelaskan *data glut* dapat mengakibatkan *drowning in data* atau karyawan akan tenggelam dalam data yang sangat banyak. Shrenk (Miller, 2009: 249) menjelaskan dampak lainnya yaitu akan terjadi *data smog* atau asap data karena karyawan terus menerus dikepung, terutama, oleh informasi yang tidak penting /tidak relevan dengan pekerjaan berbagai sumber.

4. Kesimpulan

Tidak hanya komunikasi eksternal yang berubah seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi memberi dampak kepada komunikasi organisasi. Penggunaan *WA group*, *BBM group* dan *email group* mampu membuat komunikasi keatas, ke bawah dan horizontal dapat dilakukan lebih cepat karena oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun. Pengambilan keputusan juga demikian dapat dilakukan melalui *WA* dan atau *BBM group*.

Hambatan komunikasi antara ke atas, ke bawah dan horizontal dapat diminimalisir. Jika dalam banyak teori mengenai komunikasi organisasi disebutkan bahwa hambatan yang terjadi akibat distorsi yang disebabkan oleh penyaringan pada satu *level* dalam struktur organisasi atau karena jarak fisik, maka perkembangan teknologi mampu mengikis hambatan tersebut karena seluruh karyawan dapat mengakses pesan secara serentak dimanapun dan kapanpun. Dampak positif jika dilihat dari sudut pandang bahwa tidak membuang waktu, tidak perlu menunggu hingga bertemu tatap muka di kantor untuk menyampaikan instruksi kerja bahkan mengambil keputusan. Pertemuan dilakukan melalui email, *WA group* atau *BBM group*. Tidak perlu menyampaikan pesan secara serial satu per satu karena satu pesan dikirim semua orang langsung dapat membaca. Pesan *nonverbal* pun dapat disampaikan melalui *emoticons*. Pimpinan langsung dapat mengetahui

komunikasi mengenai pekerjaan yang terjadi di lini bawah. Pimpinan dapat mengetahui siapa yang bekerja atau tidak bekerja. Sulit untuk melakukan manipulasi, mengingkari bahwa belum menerima pesan, karena semua anggota bisa menerima, membaca bahkan bukti tertulis bisa dilacak. Semuanya aktifitas dilakukan melalui *email* dan *instant messenger* sehingga pada akhirnya kantor pun menjadi *virtual office*.

Dampak negatifnya adalah semua media lantas digunakan untuk menyampaikan pesan tanpa mempertimbangkan apakah pesan yang disampaikan adalah untuk tugas rutin atau untuk tugas yang memiliki makna ambigu. Selain itu banyak waktu kerja yang terbuang karena karyawan menggunakan *WA group*, *BBM group* dan *email* untuk *intermeso*. Pada akhirnya karyawan akan tenggelam dalam data atau terkepung polusi data yang sama sekali tidak relevan dengan tugas dan tanggung jawab pekerjaannya.

Jika digunakan dengan bijaksana, maka teknologi komunikasi memang membuat komunikasi organisasi lebih efektif untuk penggunaan waktu dan uang. Namun jika digunakan tanpa pertimbangan maka justru akan membuat tugas-tugas utama menjadi terbengkalai dan tidak lagi efektif. Untuk menghindari masalah yang justru ditimbulkan oleh teknologi maka sudah saatnya perusahaan memberikan edukasi bagi karyawan agar dapat menggunakan teknologi komunikasi sesuai dengan tugas dan tanggung jawab di tempat kerja.

Daftar pustaka

Buku:

- Gibson JW & Hodgets RM, (1991), *Organizational communication*, 2nd (edn), HarperCollinsPublsiher, New York.
- Goldhaber, GM (1993), *Organizational communication*, 6th(edn), McGrawHill, New York.
- Miller, K (2009), *Organizational communication, approaches and processes*, 5th(edn), WADSWORTH CENGANGE Learning, Boston.
- Robbins, SP (2002), *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*, Erlangga, Jakarta.

Jurnal:

- Krohn, FB (2004). 'A Generational Approach to Using Emoticons as Non-Verbal Communication,' *Journal of Technical Writing and Communication*, 43, 321–328.

Internet:

- Metrotvnews 2014, 'Belanja Online semakin Ngetren di Dunia', 28 Februari 2014, diakses pada 28 Februari 2014, <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2014/03/02/215031/belanja-online-semakin-ngetren-di-dunia>
- Firdaus E, 2014, 'Tips untuk Caleg dan Capres yang Menggunakan Media Sosial,' *Tribunnews.com*, 23 Februari, diakses pada 01 Maret 2014, <http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/02/23/tips-untuk-caleg-dan-capres-yang-menggunakan-media-sosial>
- Maulana, A, 2014, 'Inilah 10 Akun Twitter Dengan Follower Terbanyak,' *Liputan6.com*, 26 Maret 2014, diakses pada 27 Maret 2014, <http://tekno.liputan6.com/read/2027831/inilah-10-akun-twitter-dengan-follower-terbanyak>
- Nurbaiti (ed) 2014, 'Akun @Agnemo Tembus 10 Juta Follower, Terbanyak di Indonesia', *Bisnis.com*, 06 Maret 2014, diakses pada 06 Maret 2014, <http://m.bisnis.com/showbiz/read/20140306/226/208288/akun-agnemo-tembus-10-juta-follower-terbanyak-di-indonesia>
- Rahayu EM (2011), 'Tahun 2012 Unilever Targetkan 50% MT yang Direkrut Wanita', 13 Mei 2011, diakses pada 02 Maret 2014, <http://swa.co.id/listed-articles/tahun-2012-unilever-targetkan-50-mt-yang-direkrut-wanita>
- Rao, AV, 2014, 'It's Raining Emoticons Everywhere!', *in.socialdaily.com*, 05 Februari 2014, diakses pada 28 Februari 2014, <http://in.socialdaily.com/articles/2014/02/05/it-s-raining-emoticons-everywhere>